

経済は創造的！

Perfume も経済学の対象？

Perfume（パフューム）という女性アイドルグループをご存知でしょうか。中には熱狂的なファンの方もいるかもしれません。ファンでなくとも、名前ぐらいは聞いたことがあるのではないかと思います。

このPerfumeが人気を博している理由として、テクノポップを基調としながらも独特のグルーヴ感のあるサウンド、人形のように無機的な振り付けの独創的なダンスパフォーマンスなどを挙げることができます。

でもそれだけではなく、舞台や映像の演出において、先端的なメディアアートの技術が導入されている点も、Perfumeがブレイクしている理由でしょう。そして、こ



太下 義之

【研究テーマ】

文化政策、創造都市

yoshita@mail.doshisha.ac.jp



うした演出を担当しているのが、rhizomatiks（ライゾマティクス）なのです。

rhizomatiks は、アートからエンターテインメントの分野を行き来しながら、研究開発要素の強い実験的なプロジェクトに挑戦している、新しいタイプの研究機関のような企業です。

そして、Perfume 以外にも、ビョーク、スクエアプッシャー、狂言師の野村萬斎などの世界的に活躍するアーティストとのコラボレーションを通じて、技術と表現の新しい可能性を探求しています。

Technology Experimental Company の台頭

この rhizomatiks とも共通性のある、最先端の技術を活用して、新しいメディアアートを表現しようとチャレンジする「企業」が、実は 2000 年以降、日本において、さまざまに設立されています。

代表的な事例として、チームラボ、ワントゥーテン等をあげることができます。

チームラボは、2000 年 12 月に設立された、『実験と革新』をテーマにして、ものを創ることによって、もしくは、創るプロセスを通して、ものごとのソリューションを提供する“チーム”です。

代表的なアートワークとして、ミュージアムのような体験型の施設である「チームラボポーダレス お台場」や「チームラボプラネッツ@豊洲」等があります。

また、2009 年 7 月に設立された 1 → 10 (ワントゥー



テン) は、様々なデジタルテクノロジーに精通した、200名近いクリエイターとテクノロジストからなる、クリエイティブ集団です。

ワントゥーテンは、XR (VR・AR・MR など、架空と現実を融合させる技術の総称) や AI などの先端技術に、エンターテインメントやストーリーを掛け合わせることで、新しい体験を創造・実現しています。

ちなみに、「1 → 10」という見馴れない社名に含まれている「→」には、「アップデートする」という意味が込められているとのことです。

私は、これらの最先端の技術を活用して、新しいメディアアートを表現しようとチャレンジする「企業」群を、TEC、すなわち Technology Experimental Company と名付けています。

TEC と名付けると、とても現代的なイメージとなりますが、そもそも、江戸時代から、日本は TEC が盛んでした。その代表例として、浮世絵の多色刷り木版画を挙げることができます。

1765 年頃、旗本など趣味人の間で絵暦交換会が流行しました。この交換会に集う趣味人たちは金に糸目をつけなかったので、当時の最先端技術であり、最先端表現でもあった多色摺り版画が生みだされました。それらは、錦のような美しい色合いから「錦絵」(東・吾妻錦絵) と呼ばれました。今日も愛される多色刷り浮世絵の誕生です。

高く評価される創造経済

実は 21 世紀の幕が開けて以降、TEC に代表される「創造経済 (Creative Economy)」に脚光が当てられています。

たとえば、国際機関の UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development ; 国連貿易開発会議) は、この「創造経済」を「今日において世界経済で最も活力に満ちた部門であり、発展途上国に対し、世界経済における新興・高成長領域に飛躍する新たな機会を提供している」と高く評価しています。

こうしたことから、冒頭で紹介した Perfume のようなアイドルを研究することも、これからの経済学の対象になってくるのです。